

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Pernyataan Peneltian .....	9
1.5 Tujuan Peneltian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1 Aspek Teoritis .....	9
1.6.2 Aspek Praktis .....	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian .....	10
1.7.2 Waktu dan Periode penelitian .....	10
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN ...</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	12
2.1.1 Teori Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	12
a. Bauran Pemasarn ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
b. Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> ) .....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen ( <i>Customer Behaviour</i> ) .....	14
2.1.3 Hubungan Konsumen ( <i>Customer Relationship</i> ) .....	14
2.1.4 Keterlibatan Konsumen ( <i>Customer Engagement</i> ).....	14
1. Variabel Kognitif ( <i>Cognitive Attachment</i> ) .....	15
2. Variabel Sikap ( <i>Attitudinal Attachment</i> ).....	16
3. Variabel Perilaku ( <i>Behavioural Attachment</i> ) .....	16
2.1.5 Merek .....	16
2.1.6 Kepercayaan Merek.....	16
1. <i>Brand Characteristic</i> .....	17
2. <i>Company Characteristic</i> .....	18
3. <i>Customer Brand Characteristic</i> .....	18
4. <i>Web Characteristic</i> .....	18
2.1.7 Media Sosial ( <i>Social Media</i> ) .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19

2.3 Kerangka Penelitian .....	25
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Kepercayaan Merek..	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Karakteristik Penelitian .....	28
3.2 Variabel Oprasional .....	28
3.3 Skala Pengukuran .....	38
3.4 Tahapan Penelitian .....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.6 Validitas atau <i>Trustworthiness</i> .....	44
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Variabel.....	52
4.2 Analisis Statistik.....	57
4.3 Analisis Pengaruh Variabel.....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Aspek Teoritis .....	95
5.2.2 Aspek Praktis .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>